

**Pengelolaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata  
di Malang Raya**

**(Studi pada Admin Akun Instagram @instanusanantaramalang)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1)



Oleh :

**OktiliaFakhmaNovikasari**

**201210040311258**

**ILMU KOMUNIKASI**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2016**



## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Oktilia Fakhma Novikasari  
NIM : 201210040311258  
Konsentrasi : Jurnalistik  
Judul Skripsi : Pengelolaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata  
di Malang Raya (Studi pada Admin Akun Instagram  
@instanusanantaramalang).

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi

Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang

dan dinyatakan LULUS

Pada hari : Senin

Tanggal : 02 Mei 2016

Tempat :

Mengesahkan,

Dekan FISIP UMM



**Dr. Asep Nurjaman, M.Si**

Dewan Penguji:

- |                             |             |
|-----------------------------|-------------|
| 1. Nasrullah, M.Si          | Penguji I   |
| 2. Zen Amirudin, M.Med.Kom  | Penguji II  |
| 3. Widiya Yutanti, MA       | Penguji III |
| 4. M. Himawan Sutanto, M.Si | Penguji IV  |







## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohiim.

Syukur *alhamdulillah* penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT, karena berkat segala kekuasaan dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata di Malang Raya” Studi pada Admin Akun Instagram @instanusanaramalang. Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.

Skripsi ini dapat terselesaikan karena bantuan semua pihak yang telah sangat membantu penulis selama belajar di jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang dan lingkungan penulis sampai dengan proses penyelesaian skripsi ini. Maka perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tinggi kepada:

1. Dr. Asep Nurjaman, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
2. Sugeng Winarno, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang
3. Widiya Yutanti, S.Sos, MA selaku pembimbing I dan dosen wali yang telah banyak meluangkan waktu, kesabaran, dukungan, dan ketelatenan untuk memberikan bimbingan dan masukan yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
4. M. Himawan Sutanto, M.Si selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, kesabaran, dan ketelatenan untuk memberikan bimbingan dan masukan yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
5. Kepada seluruh dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan
6. Kepada keluargaku, khususnya ibuk dan kakak-kakakku yang telah memberikan motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan studi
7. Kepada pihak ketua dan admin dari @instanusanaramalang yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan informasi dalam menyelesaikan penelitian ini
8. Kepada Suhu Guntur selaku pembimbing ke 3 telah banyak membantu dengan membagi ilmunya kepada penulis, sahabat “*Tini Wini Biti*” yang sudah kurang lebih 4 tahun ini menjadi partner dalam segala kondisi, keluarga perum. Puri Nirwana Gajayana kav. 14 yang telah menjadi teman hidup dalam segala situasi
9. Kepada Agung Surya Priambada, yang selalu menyemangati penulis dan membangkitkan semangat penulis untuk menatap masa depan



## DAFTAR ISI

HalamanJudul	
HalamanPersetujuan.....	i
HalamanPengesahan .....	ii
HalamanOrisinalitas .....	iii
BeritaAcaraBimbinganSkripsi .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi .....	vii
DaftarTabel .....	ix
DaftarLampiran .....	x
ABSTRAK .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. LatarBelakang .....	1
B. RumusanMasalah .....	6
C. TujuanPenelitian .....	6
D. ManfaatPenelitian .....	6
E. TinjauanPustaka .....	7
1. BatasanKomunikasi Massa .....	7
2. FungsiKomunikasi Massa .....	8
3. Media BarudanKomunikasi Massa .....	10
4. Teori New Media .....	10
4.1.Pengertian New Media .....	10
4.2.KelebihanManfaat New Media .....	13
5. Media Sosial.....	14
5.1.Definisi Media Sosial.....	14
5.2.Karakteristik Media Sosial.....	15
5.3.Jenis-Jenis Media Sosial .....	18
5.4.Bahasa di Media Sosial .....	19
5.5.Perkembangan Media Sosial .....	20
6. PromosiMelalui Website dan Media Sosial .....	21
6.1. Website sebagai Media Promosi .....	21
6.2. Media Sosialsebagai Media Promosi .....	22
6.3.Beberapa Kota di Indonesia yang Memanfaatkan New Media (Media Sosial/Web) sebagai Media Promosi.....	23
6.4.Instagram.....	26
6.5.Instagram @instanusantaramalangSebagai Media Promosi Wisata.....	29



7. Manajemen Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata .....	30
8. Penelitian Terdahulu .....	32
F. Metode Penelitian .....	35
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	35
2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
3. Informan Penelitian .....	36
4. Fokus Penelitian .....	37
5. Sumber Data .....	37
6. Teknik Pengumpulan Data .....	37
7. Teknik Analisa Data .....	39
8. Uji Keabsahan Data .....	40
BAB II GAMBARAN UMUM .....	42
A. Instagram .....	42
1.1. Pengertian Instagram .....	42
1.2. Sejarah Instagram .....	42
1.3. Fitur-fitur Instagram .....	43
B. Instanusanantara .....	46
1.1. Pengertian Instanusanantara .....	46
1.2. Visi dan Misi Instanusanantara .....	46
1.3. Program Instanusanantara .....	47
1.4. Hashtag Official Instanusanantara .....	47
1.5. Akun Official Instanusanantara .....	48
1.6. Ketentuan Bergabung Komunitas Instanusanantara .....	48
C. @instanusanantaramalang .....	49
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN .....	52
1. Identitas/Profil Informan Penelitian .....	53
1.1. Informan Penelitian 1 .....	53
1.2. Informan Penelitian 2 .....	54
1.3. Informan Penelitian 3 .....	54
2. Pembahasan .....	56
2.1. Define The Value Proposition .....	56
2.2. Segmentation, Targeting, and Positioning .....	57
2.3. Operations and Delivery Process .....	58
2.4. Measurement and Feedback .....	78
BAB IV PENUTUP .....	87
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran .....	88
Daftar Pustaka .....	90
Lampiran .....	92

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Tabel Penelitian Terdahulu

Tabel 3.1. Identitas Diri Subjek Penelitian 1

Tabel 3.2. Identitas Diri Subjek Penelitian 2

Tabel 3.3. Identitas Diri Subjek Penelitian 3



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Draft Wawancara Penelitian

Lampiran 2 Transkrip Hasil Wawancara Ketua @instanusanaramalang

Lampiran 3 Transkrip Hasil Wawancara Admin I @instanusanaramalang

Lampiran 4 Transkrip Hasil Wawancara Admin II @instanusanaramalang

Lampiran 5 Transkrip Hasil Wawancara Admin III @instanusanaramalang



## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Baran S.J., & D.K. Davis. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia
- Djuroto, Totok. 2002. *Manajemen Penerbit Pers*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Flew, Terry. 2005. *New Media an Introduction Second Edition*. New York: Oxford University Press
- Heeter, Carrie. 1988. *Communications and Information Science Series*. Ablex Publishing. New York
- McLuhan, Marshall. 1999. *Understanding Media: The Extension of Man*. London: The MIT Press
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nasrullah, Rully. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Rakhmat, Jalaludin. 2003. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Satori Djam'an., Komariah Aan. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Van Dijk J.A.G.M. 2006. *The Network Society*. SAGE Publications. London

West, Richard., & Lynn H. Turner. 2010. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika

**Sumber Lain:**

Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII). 2015. *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*. Jakarta: Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII)

[http://www.kompasiana.com/www.radencahyoprabowo.blogspot.com/media-online-media-baru-new-media\\_552a39ea6ea834ad4e552d05](http://www.kompasiana.com/www.radencahyoprabowo.blogspot.com/media-online-media-baru-new-media_552a39ea6ea834ad4e552d05) diakses pada tanggal 3 Februari 2016 pukul 20.05 WIB

<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram/> diakses pada tanggal 23 Maret 2016 pukul 09.15 WIB

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses pada tanggal 23 Maret 2016 pukul 09.15 WIB

